

ZOÉ BISCHOFF

RAPPORT DE STAGE

Du 1er mars au 29 juillet 2022

Comment repenser le cadre de travail des collaborateurs en lui attribuant une dimension plus naturelle au lendemain du COVID ?

Parcours : Licence Langues Etrangères Appliquées Anglais-Italien 3ème année

Superviseur académique : Mr Emmanuel MATTIATO

Tuteur de stage : Mr Thibaut MERVOYER

Entreprise d'accueil : P.P.R. - 725 Rte de la Caille, 74350 Allonzier-la-Caille

Année universitaire : 2021 – 2022

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier tous les professeurs, collègues et intervenants qui ont guidé mes réflexions et fait évoluer mes recherches en m'accordant une partie de leur temps. Leur aide m'a été particulièrement précieuse dans la rédaction de ce travail.

Je voudrais également exprimer ma reconnaissance envers mon superviseur de stage, Mr Emmanuel MATTIATO pour sa disponibilité et son écoute tout au long de ce stage.

Enfin, je tiens à témoigner toute ma gratitude envers mes amis et camarades qui ont su m'aiguiller en période de doute et qui m'ont apporté un soutien sans faille toute au long de cette année, vous m'avez tous permis de passer une année inoubliable. Merci.

TABLE DES MATIÈRES

RAPPORT DE STAGE	1
I / PRÉSENTATION DE LA STRUCTURE D'ACCUEIL.....	1
A / Historique de l'entreprise.....	1
B / Effectifs et organigramme	2
C / Chiffre d'affaires, budget et sources de financement	3
D / Structure juridique.....	4
II / PRÉSENTATION DE L'ENVIRONNEMENT DE LA STRUCTURE D'ACCUEIL	5
A / Le secteur d'activité.....	5
B / Description détaillée du projet La French Cabine.....	6
C / Les concurrents, clients, fournisseurs et distributeurs.....	9
D / Stratégie de développement et objectifs de déploiement.....	11
III / L'EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE	12
A / Présentation du service.....	12
B / Les missions du poste occupé	13
C / Les tâches périphériques	14
D / Identification des compétences acquises, des forces et des faiblesses.....	16
IV / CONCLUSION	18
TRAVAIL DE RECHERCHE	19
PARTIE I – BRÈVE HISTOIRE DU TRAVAIL EN BUREAU.....	21
A – Évolutions et mutations du cadre de travail.....	21
B – La crise du COVID : disruptive innovation.....	24
C – Le télétravail ou l'illusion de la liberté au travail	26
D – Flexibilité au travail : un équilibre à trouver	29

PARTIE II – REDÉFINIR LE CADRE DE TRAVAIL DES COLLABORATEURS ...	30
A / Un nouveau cadre ‘physique’ et ‘théorique’	30
B / Biophilie : la Nature au service du bien-être	32
C / Les nouveaux enjeux des espaces de travail.....	34
PARTIE III – L’ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS, LA CLÉ DU BONHEUR AU TRAVAIL.....	35
A / Fédérer les collaborateurs dans la conception de leur espace de travail	35
B / Préconisations et recommandations pour l’entreprise P.P.R.	36
C / Suggestions de projets innovants pour un cadre de travail plus naturel	37
CONCLUSION.....	37
BIBLIOGRAPHIE.....	39
ANNEXE.....	45

RAPPORT DE STAGE

Ce stage de fin de licence s'est déroulé du 1er mars 2022 au 29 juillet 2022 au sein du service communication et marketing de la start-up P.P.R. dans les locaux de l'entreprise à Allonzier-la-Caille en Haute-Savoie (74).

Ce rapport vise à résumer les activités menées au cours du stage en présentant dans un premier temps l'organisation et son environnement avant d'analyser plus en détail les missions confiées au stagiaire ainsi que l'expérience qu'il en aura tiré.

I / PRÉSENTATION DE LA STRUCTURE D'ACCUEIL

A / Historique de l'entreprise

Afin de bien comprendre son fonctionnement, il est important de préciser que l'histoire de l'entreprise P.P.R. s'écrit en trois temps : la naissance de la société Ephemere Square, puis la création de la marque La French Cabane et enfin celle de La French Cabine.

Fondée en 2015 par Thibaut Mervoyer et Max Gautier, la société Ephemere Square s'est spécialisée au fil des années dans la création d'espaces modulables, éco-responsables et esthétiques pour le monde de l'événementiel. Les équipes qui œuvrent quotidiennement au bon développement de l'activité sont guidées par un objectif simple : rendre le monde de l'événementiel plus durable grâce à des solutions d'aménagement plus responsables. C'est d'ailleurs grâce à cette vision et aux missions qu'elle s'est fixée que la société est devenue en 2019 la 1^{ère} entreprise certifiée B Corp dans le secteur de l'événementiel.

Mais en 2020, l'avènement de la pandémie a perturbé l'activité en France et dans le monde. Il est alors devenu primordial pour les entreprises de se réinventer dans leur activité pour continuer d'exister malgré les incertitudes.

C'est alors que sont nées les French Cabanes : des pergolas en bois Douglas d'origine France, durables et éco-responsables issues d'un circuit court et de proximité pour

Rapport d'activité

valoriser au maximum le 100% Made in France dans la continuité du savoir-faire de l'entreprise Ephemere Square. Les French Cabanes ont également la particularité d'être entièrement personnalisables et modulables grâce à un principe d'assemblage très simple à base de poutres et de connecteurs métaux qui permettent de concevoir des projets sur-mesure et de toute envergure à la manière d'un jeu de construction.

L'été a marqué la réussite incontestable de la nouvelle marque La French Cabane qui a connu un franc succès sur le territoire métropolitain. Mais puisque la pergola se vend plutôt durant la période estivale, l'arrivée de l'automne engendre de nouveaux défis à surmonter. Il était donc nécessaire de trouver une solution afin de rester actif le reste de l'année.

L'idée de proposer une solution permettant d'apporter du « vert » et un peu de naturel au sein des bureaux, aussi bien en intérieur qu'en extérieur, émerge alors. C'est ainsi qu'a vu le jour le projet La French Cabane : de petites cabines aménagées et équipées, montées sur roulettes pour permettre aux collaborateurs de changer de cadre de travail tout au long de la journée entre plantes, bois et coussins confortables dans lesquels s'installer.

En résumé, les fondateurs d'Ephemere Square, entreprise qui a aujourd'hui repris son activité dans l'événementiel, ont créé, en 2020, la société P.P.R. qui regroupe deux marques : La French Cabane, avec ses pergolas éco-responsables en bois d'origine France, et La French Cabine, parfaite incarnation du Greendesking permettant d'ajouter du bois et du naturel au quotidien des collaborateurs au travail.

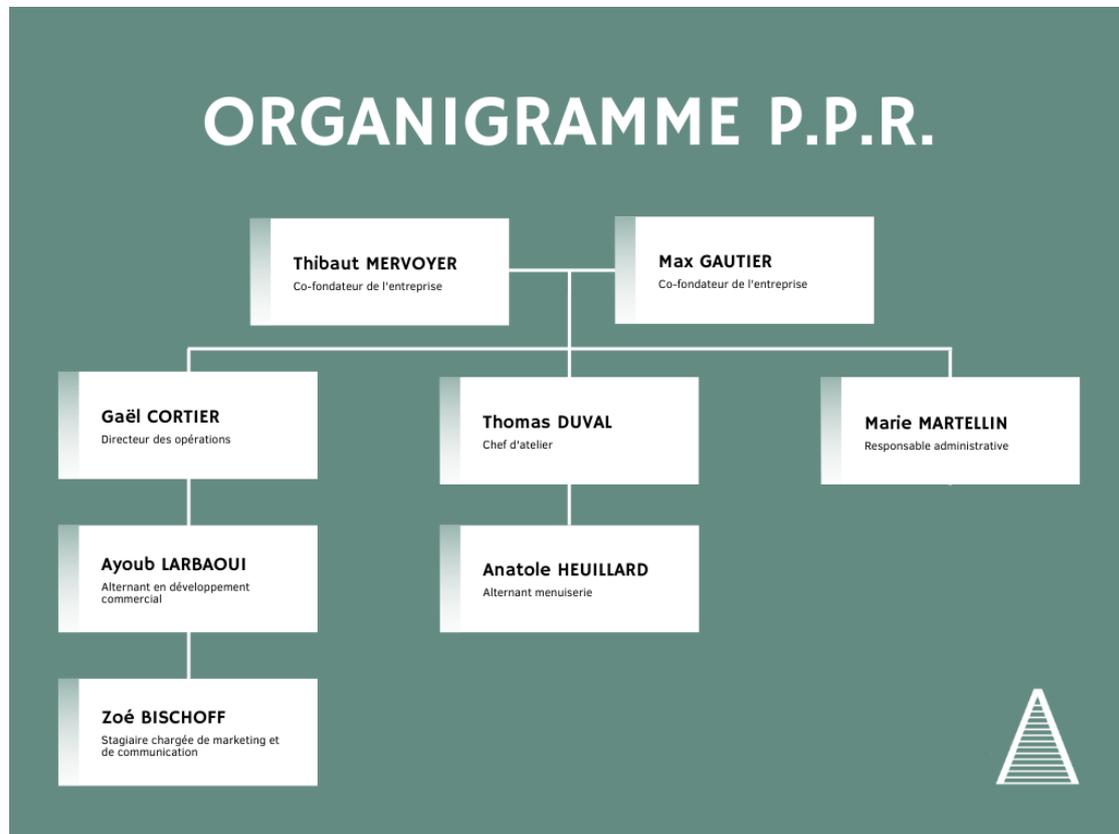
B / Effectifs et organigramme

La société P.P.R. est une organisation à taille humaine de par son statut de start-up. Elle est constituée d'une équipe de cinq collaborateurs fixes, de deux alternants et d'une stagiaire.

Trois services se distinguent ainsi : le service opérationnel qui regroupe les services marketing/communication et commercial, l'atelier chargé de la fabrication et le service administratif. Dans chaque équipe on retrouve un collaborateur responsable en charge des alternants et stagiaires qui lui sont confiés.

Rapport d'activité

Les co-fondateurs et dirigeants de l'entreprise prennent également à leur charge une grande partie des missions et la supervision globale des équipes afin d'assurer une cohérence dans la gestion de l'organisation. Le graphique ci-dessous résume la répartition des équipes dans chaque service.



C / Chiffre d'affaires, budget et sources de financement

Afin de mieux comprendre l'activité de la société il est important de citer quelques chiffres clés.

Le chiffre d'affaires de la société P.P.R. s'élève à 340 626€ sur la base de 18 mois d'exercice avec comme début d'activité mai 2020. L'entreprise ayant été fondée quelques mois avant cette date, il n'y a pas d'outil de comparaison avec les années précédentes.

Rappelons que le budget correspond à une estimation des coûts à venir, du Chiffre d'Affaire, etc.. En d'autres termes, c'est un calcul du compte de résultats qui permet

Rapport d'activité

de projeter les entrées et les sorties d'argent dans le but de mieux planifier l'activité de l'entreprise.

L'accès aux données budgétaires de l'entreprise étant confidentielles, seules quelques chiffres ont été communiqués dans le cadre de la rédaction de ce rapport. Ainsi, on constatera que l'essentiel des dépenses prévues pour l'année en cours 2022 concernent principalement les charges d'exploitation c'est-à-dire les charges relevant de l'activité de l'entreprise (achat de matières premières, coûts relatif aux locaux, etc.). Comme il nous est impossible d'en mentionner les montants exacts dans ce rapport, compte tenu du caractère confidentiel de ces informations, nous nous en tiendrons donc à ces éléments.

Finalement, il est important de rappeler que pour subvenir aux besoins de toute entreprise des fonds sont nécessaires et la société P.P.R. n'ayant été fondée qu'en 2020, elle n'en dispose pas de suffisamment pour subvenir à ses propres besoins. Pour y remédier, les dirigeants ont réussi à débloquer des subventions de la part de l'ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie en charge de la transition écologique) et de la BPI France (Banque Publique d'Investissement française) qui ont permis de financer différents programmes d'accompagnement dans le but de développer l'activité de la marque La French Cabine.

D / Structure juridique

La société P.P.R. dispose d'un statut juridique SAS (Société par Actions Simplifiée), elle est fondée par deux personnes physiques et morales qui sont Thibaut MERVOYER et Max GAUTIER. Ce statut juridique présente de nombreux avantages et se révèle particulièrement sécurisant pour les associés dont la responsabilité est limitée au montant de leurs apports respectifs.

II / PRÉSENTATION DE L'ENVIRONNEMENT DE LA STRUCTURE D'ACCUEIL

A / Le secteur d'activité

La majorité des missions et des projets développés dans l'entreprise au cours de ce stage concernant plutôt la partie French Cabine, ce rapport sera l'occasion de s'intéresser plus en détail au secteur de l'aménagement des espaces de travail.

L'aménagement des bureaux a toujours été un élément clé de la structure organisationnelle d'une entreprise : entre maximisation de la rentabilité et recherche du bien-être des collaborateurs, les organisations s'évertuent à trouver les solutions les plus innovantes qui permettront d'être davantage compétitif sur le marché.

D'autant plus que la crise du COVID a marqué une très nette accélération de tendances déjà à l'œuvre depuis les années 2000 comme le télétravail ou des pratiques de travail plus flexibles. Bien au-delà de la simple mission mobilier, l'aménagement d'un espace de travail revêt désormais un caractère foncièrement sociétal ; à la fois reflet de l'image d'une entreprise et gage du bien-être des collaborateurs, que nous aborderons plus en détail dans le développement argumenté de ce mémoire.

Ces nouveaux enjeux autour de l'aménagement des bureaux se sont révélés particulièrement impactant sur l'offre du secteur qui a nettement augmenté au cours de ces vingt dernières années avec l'émergence de grands groupes leaders sur le marché comme **KORUS** dont le siège social se trouve à La Murette (38) ou encore **HABILIS** basé à La Tronche (38), pour ne citer qu'eux. On assiste par ailleurs à l'apparition d'un bon nombre d'acteurs subsidiaires comme les revendeurs, les architectes d'intérieur ou encore les chargés de projets qui jouent le rôle d'intermédiaires déterminer quel sera le mobilier le plus adapté pour agencer un espace de travail en fonction du projet mené.

B / Description détaillée du projet La French Cabine

À l'heure où le rapport des collaborateurs à leur lieu de travail est bouleversé, La French Cabine s'est présentée comme une réponse innovante à une quête croissante de bien-être et de flexibilité en proposant des espaces de travail confortables destinés à être positionnés aussi bien en intérieur qu'en extérieur. Ces alcôves en bois ouvertes sont une alternative plus conviviale aux cabines acoustiques qui ont inondé le marché depuis la crise du COVID. Ouvertes, confortables et chaleureuses, elles ont pour vocation de rassembler les collaborateurs plus que de les isoler que ce soit pour une réunion informelle, un meeting professionnel ou tout autre événement qui survient au cours d'une journée en entreprise.

L'idée derrière ce projet est également d'initier les collaborateurs au Greendesking, cette nouvelle tendance venue du Canada. Le principe est simple et consiste soit à apporter un peu de verdure aux bureaux des collaborateurs en ajoutant par exemple du bois et des plantes, soit à complètement délocaliser son espace de travail à l'extérieur pour quelques heures par jour, pour tirer profit des bienfaits de la nature, dans un endroit de préférence aménagé pour l'occasion qu'il s'agisse d'un roof-top, d'une terrasse ou d'un jardin. Pour cela, La French Cabine est une solution innovante et intégrée qui offre aux collaborateurs un espace adapté où s'installer pour travailler aussi bien en intérieur qu'en extérieur. Le produit présente ainsi de nombreux avantages : des coussins d'assise confortables et résistants à l'usure, aux intempéries et au soleil, des prises à disposition pour recharger les appareils électroniques tout en étant sécurisé en extérieur et un toit en lattes inclinées qui offre un peu d'ombre aux occupants de la cabine.

Le produit se décline en trois tailles standards (comme le montrent les images ci-dessous) mais peut également être conçu sur-mesure grâce à un principe d'assemblage très simple, similaire à celui des jeux de constructions pour enfants. Un certain nombre d'options sont également disponibles (panneaux acoustiques, bacs à plantes, différents coloris d'assises et différentes options de cloisons) pour permettre aux entreprises de choisir une Cabine à leur image.

Rapport d'activité

Vues des modèles de French Cabine Standards avec, de la gauche vers la droite, la taille S (2 places), la taille M (4 places) et enfin la taille XL (6 places) présentées avec différentes options de personnalisation :



Les images présentées ci-dessus sont des modélisations SketchUp Pro en trois dimensions des tailles de cabines standards, présentées sur le site internet de l'entreprise et dans le catalogue de présentation des produits.

Après avoir mis en place un premier modèle de French Cabines, sans offre de service, destinées à être placées dans les locaux des entreprises, l'idée est venue de développer le concept plus largement sur le territoire et de les installer dans différents types d'établissements (publics ou privés) dans l'objectif d'accueillir des travailleurs nomades, des réunions informelles ou des rencontres professionnelles pour quelques heures par jour.

L'objectif de ce projet, défini en collaboration avec la BPI et l'ADEME, était donc d'imaginer une French Cabine fonctionnelle, fermée et connectée ainsi qu'une plateforme de gestion et de réservation dans le but de passer d'un simple modèle

Rapport d'activité

économique de vente d'un produit (la French Cabine standard) à un modèle de location longue durée avec offre de service complémentaire (La French Cabine 2.0).¹

Vues du modèle de French Cabine Connectée aussi appelée French Cabine 2.0 modélisées avec le logiciel SketchUp Pro :



Aujourd'hui l'entreprise souhaite se positionner comme un fabricant français de pergolas et d'espaces de Greendesking. Son objectif est de miser au maximum sur le Made in France et un circuit de fabrication court de ses produits pour que la valeur perçue corresponde à leur valeur réelle : c'est-à-dire un produit de qualité qui n'est pas fabriqué à l'étranger ou avec des matériaux importés.

L'entreprise veut aussi limiter son impact environnemental tout en maximisant son impact économique local en soutenant différents types d'organisations, qu'il s'agisse d'associations ou d'organisations à but non-lucratif œuvrant à la préservation de l'environnement.

¹ Pour connaître le détail de ce projet, consulter l'annexe 1 intitulée : « Rapport d'Accompagnement BPI - French Cabine Connectée » rédigé par Zoé BISCHOFF dans le cadre du stage mené au sein de la start-up P.P.R.

C / Les concurrents, clients, fournisseurs et distributeurs

Les concurrents

Dans le secteur de l'aménagement d'espaces de travail, les concurrents principaux qui proposent une offre similaire à La French Cabine sont surtout les fabricants de cabines acoustiques comme les entreprises LEET et SBSPODS installées toutes deux en Ile-de-France ou encore la société KABIN établie à Paris.

Toutefois, la société P.P.R. possède un avantage considérable puisque le service qu'offre La French Cabine et les valeurs que véhicule la société la différencie de ses concurrents et des offres déjà commercialisées sur le marché.

À l'inverse, la marque La French Cabane a beaucoup plus de difficultés à s'imposer face aux géants de pergolas low-cost comme Leroy merlin, Mano Mano ou encore Castorama pour ne citer qu'eux. Ces géants de l'aménagement de jardin se partagent un marché florissant en proposant toute une gamme de produits à des coûts défiant toute concurrence. L'avantage que présente la marque face aux leaders du marché est qu'elle commercialise un produit beaucoup plus naturel et responsable conçu à partir de matériaux plus éco-responsables.

Les clients

La stratégie de segmentation de la société P.P.R. est différente pour La French Cabane et La French Cabine.

En ce qui concerne la marque La French Cabane, les pergolas sont plutôt destinées à un public de particuliers soucieux de soutenir une entreprise aux valeurs environnementales fortes en achetant des produits issus de circuits de fabrication de proximité.

À l'inverse, les alcôves de travail La French Cabine s'adressent plutôt au monde professionnel et aux entreprises soucieuses d'offrir un cadre de travail plus flexible à leurs collaborateurs tout en se servant des bienfaits du « vert » et de la nature.

Les fournisseurs

La société assemble l'ensemble de ses pergolas French Cabanes et de ses alcôves de travail French Cabines dans son atelier à Allonzier-la-Caille. Pour tous les éléments nécessaires à la fabrication de ses produits, P.P.R. fait appel à différents

Rapport d'activité

fournisseurs présents sur le territoire français. On retrouve ainsi le groupe MOULINVEST partenaire majeur de la société implanté au cœur du massif auvergnat, qui fournit la start-up en bois Douglas d'origine France certifié PEFC. L'essence de bois Douglas a été sélectionnée pour son origine française mais aussi pour ses nombreuses caractéristiques qui en font un matériau particulièrement résistant aux aléas climatiques.

La start-up travaille également avec le groupe Serge Ferrari, un des leaders mondial de la fabrication de matériaux composites souples, pour la conception des coussins d'assises destinés à être installés dans les French Cabines mais aussi pour les voiles d'ombrages proposées avec les pergolas La French Cabane. Le groupe à l'avantage d'être localisé près de Lyon à La Tour-du-Pin, ce qui permet d'assurer un circuit de fabrication court et de proximité.

Pour les connecteurs servant à assembler les poutres des pergolas et des alcôves de travail, l'entreprise P.P.R. travaille en collaboration étroite avec la société PERFORMAT établie entre Crolles et Grenoble.

Plus spécifiquement, en ce qui concerne la conception des pergolas La French Cabane, on retrouve des fournisseurs comme l'entreprise PERRET spécialisée dans la fabrication de toits canisses (aussi appelés « paillassons camarguais ») destinés à être positionnés sur le dessus des pergolas afin d'apporter une ombre rafraîchissante et une touche plus exotique aux produits.

En ce qui concerne la partie La French Cabine, on retrouve la manufacture DRUGEOT établie à Segré-en-Anjou (49), éditeur et fabricant de mobilier design en bois massif, qui produit les Patères Toucan, de petits porte-manteaux design qui viennent ajouter une touche de modernité et d'exotisme aux espaces de travail. Pour ce qui est du système d'éclairage des French Cabines, P.P.R. travaille avec le groupe CREATIVE CABLES spécialisé dans les composants et les accessoires électriques personnalisables. Afin d'assurer le confort sonore dans les alcôves de travail, la société propose également en option les panneaux acoustiques en bouteilles plastiques recyclées produits par le groupe WELLKO depuis Rouen. La stabilité de la table est assurée par des pieds en acier conçus par la petite entreprise familiale RIPATON à Montpellier

Rapport d'activité

Tous les fournisseurs s'inscrivent dans des démarches de production écoresponsables au même titre de la start-up ce qui lui permet d'affirmer son statut d'entreprise responsable et engagée dans des démarches environnementales.

Les distributeurs

Pour l'instant, la start-up se charge elle-même de la commercialisation de ses produits aussi bien pour les pergolas que pour les cabines de greendeskings. Quelques tentatives sont en cours pour développer un réseau de revendeurs et ainsi mettre un intermédiaire entre la société, qui désire se positionner comme producteur, et le consommateur final.

D / Stratégie de développement et objectifs de déploiement

Pour la partie La French Cabane, la société souhaiterait déployer l'activité plus largement sur le territoire métropolitain et ponctuellement vers les pays limitrophes sans pour autant y concentrer la majorité de son activité. Le site internet est un site vitrine par lequel il n'est pas possible de passer commande directement. L'objectif étant d'inviter le consommateur à prendre contact directement avec les équipes pour discuter de vive voix du projet. Différentes campagnes de publicité ont également été mises en place à la fois sur les réseaux sociaux et sur Google. Ces campagnes financées ont été établies sur des périodes clés, dès l'arrivée des beaux jours et peu de temps avant l'été pour inviter les consommateurs à découvrir plus en détail l'offre de l'entreprise. Différentes campagnes de prospection ont également été menées avec l'objectif de créer un réseau de revendeurs mais sans succès puisque la plupart des professionnels du secteur ont déjà des menuisiers dans leur équipes ou bien des partenariats avec des fabricants de pergolas.

À l'inverse, pour la partie French Cabine, l'entreprise souhaiterait déployer largement ses alcôves de travail en bois sur le territoire métropolitain avant de tenter d'investir les marchés des pays limitrophes. La stratégie serait similaire pour les French Cabines connectées une fois ce projet aboutit. Pour la marque La French Cabine, l'entreprise souhaiterait se positionner à terme uniquement comme fabricant et non comme vendeur. Pour cela, le développement d'un réseau de revendeurs est en cours et passe par des campagnes de prospection et la participation à des salons

professionnels (notamment le salon Workspace à Paris Portes de Versailles du 30 mai au 2 juin) afin de développer la notoriété de l'entreprise auprès des professionnels du secteur. En parallèle, des études de marché et d'analyse cycle de vie du produit sont en cours en collaboration avec la BPI France et l'ADEME afin de déterminer la meilleure stratégie à adopter pour déployer le produit.,

III / L'EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Ce stage a été l'occasion de découvrir le fonctionnement du service Marketing et Communication au sein d'une start-up. Pour mieux comprendre le déroulé de ce stage, nous aborderons dans un premier temps les tâches 'récurrentes' effectuées au quotidien pour le poste occupé, puis les différentes missions annexes confiées ponctuellement et dans chacun des cas les outils utilisés pour mener à bien les tâches accomplies.

A / Présentation du service

Comme nous avons pu le constater plus tôt dans la partie effectifs et organigramme, le service Marketing et Communication de l'entreprise P.P.R. est rattaché au service opérationnel². Les collaborateurs en charge de la communication interne et externe sont donc les fondateurs Thibaut MERVOYER et Max GAUTIER ainsi que Gaël CORTIER avec le soutien de l'entreprise partenaire AWAM pour la partie communication digitale (création du site internet, mise en place de campagnes de publicité sponsorisées, etc.). Ce stage visait principalement à soulager les collaborateurs dans ces domaines par l'exécution d'un large panel de missions qui se distinguent essentiellement en deux catégories : les missions récurrentes et les missions ponctuelles.

² S'en référer à la partie « Effectifs et organigramme » p.2

B / Les missions du poste occupé

Les missions récurrentes constituaient l'essentiel d'une journée type, c'est un travail de fond semblant répétitif mais qui se veut nécessaire au bon déroulement de l'activité dans son ensemble.

Parmi ces missions on retrouve par exemple la gestion des réseaux sociaux et des outils qui accompagnent chacun d'entre eux on y retrouve notamment la création de filtres photos propres à l'entreprise (grâce à des logiciels comme VSCO pour distinguer les publications de celles des entreprises concurrentes), la programmation des publications (avec des logiciels comme Notion ou la Meta business suite développée par Facebook), un travail de recherche de mots-clés à intégrer à chacune d'entre elles (grâce à Google Adword ou encore semrush), la rédaction des textes de description (sur des logiciels de traitement de textes standards), des recherches de hash-tags pertinents (au-travers de recherches de hash-tags populaires sur les réseaux) et enfin une veille régulière sur les différents réseaux pour connaître les tendances actuelles, réagir aux posts des partenaires, connaître l'activité des concurrents et rester disponible pour les clients intéressés.

À cela s'ajoute la nécessité de maîtriser les rouages de chaque plateforme afin de définir une stratégie marketing pertinente et durable. Pour ça, il n'y a pas d'outil ou de technique spécifique, en ce qui me concerne, j'ai choisi de lire un certain nombre d'articles et de rapports avant de confronter les différentes stratégies déjà mises en place par certaines grandes entreprises puis essayer de les transposer à la start-up et voir si celles-ci étaient réalisables ou non. Pour les réseaux sociaux, il est également essentiel d'être très rigoureux sur le planning des publications afin de ne pas publier 'trop' ou au contraire 'pas assez'. L'application Notion, qui est entièrement gratuite, a donc été très utile dans le cadre d'un suivi en temps réel et vérifier la régularité dans le nombre de publications hebdomadaires sur chaque réseau. J'ai également veillé à archiver chacune de mes publications dans un grand tableau Excel afin de faciliter le suivi pour les autres collaborateurs chargés de ces missions et simplifier la passation à la fin du stage.

Une journée type pouvait également être ponctuée de création de visuels en tous genre : création de modèles de cartes de visite, de signatures électroniques à intégrer aux mails, de grandes signalétiques pour présenter brièvement l'entreprise, de visuels

pour les sites internet, La start-up n'ayant pas encore assez de fond pour obtenir des licences annuelles sur des plateformes de logiciels spécialisés, j'ai choisi de n'utiliser que des plateformes gratuites ai finalement opté pour le logiciel Canva, plateforme de conception gratuite facile d'utilisation et très intuitive dans son fonctionnement.

Une grande partie du temps était aussi consacré à la rédaction de différents contenus : articles de blog, nouveaux contenus pour les sites internet, réponses de mail type, communiqués de presse, ... Il est donc essentiel pour ce type de poste de disposer de qualités rédactionnelles et d'un orthographe irréprochable.

Ces missions sont accompagnés d'autres comme la gestion du site internet, sa mise à jour régulière et le développement de son référencement naturel (aussi appelé SEO – Search Engine Optimization) travail d'envergure qui nécessite constance et régularité pour parvenir à des résultats convenables.

C / Les tâches périphériques

À ce travail de fond s'ajoutent également un certain nombre de missions et de projets ponctuels. Ces tâches périphériques au poste étant nombreuses, nous parlerons surtout des plus importantes qui nous ont été confiées.

Parmi ces missions annexes, nous retrouvons par exemple la rédaction de différents rapports de fin de projet dans le cadre de programmes de financements auxquels la start-up a participé. Ces dossiers ont ainsi nécessité un travail de recherche et d'archivage assez conséquent afin de rendre compte de l'état des dépenses effectuées grâce aux financements des différents organismes mais aussi des évolutions qui ont été permises et des projections qui ont été faites à partir des enseignements tirés. La start-up a ainsi pu redéfinir une partie de sa stratégie de déploiement pour le produit French Cabine après s'être aperçu, grâce à des études de marché et des interviews professionnelles, que celle initialement choisie n'était pas suffisamment pérenne. La confidentialité de ces informations ne nous permet toutefois pas de dévoiler les détails de ces éléments.

D'autres missions m'ont également été confiées comme la participation à l'organisation du salon Workspace Expo ayant eu lieu à Paris Portes de Versailles du

Rapport d'activité

30 mai au 2 juin 2022 ; pour mener à bien l'organisation de cet événement, il a fallu préparer en amont toute la logistique pour le transport, produire un certain nombre de documents et de visuels dédiés à l'événement et surtout préparer un jeu pour inciter les visiteurs à se rendre sur le stand et obtenir (avec leur consentement) un certain nombre d'informations pouvant se révéler particulièrement utiles à la prospection commerciale.

Enfin, le projet le plus conséquent suivi durant ce stage, en parallèle des autres missions, était la création d'une plateforme de réservation en collaboration avec l'agence de web-development AWAM dans le cadre du lancement de la French Cabine connectée. Pour mener à bien ce projet une dizaine d'entretiens avec les collaborateurs de l'entreprise partenaire ont eu lieu afin de définir un certain nombre d'éléments, comme l'élaboration du parcours utilisateur sur la plateforme (déterminer les pages à afficher en fonction des choix sélectionnés par l'utilisateur, l'affichage choisi pour présenter les différentes options disponibles, etc.), le schéma de fonctionnement des réservations (ou, en d'autres termes, comment programmer la plateforme pour qu'il soit impossible de faire plusieurs réservations en simultané mais également comment bloquer des plages horaires en cas d'absence ou de vacances), la conception des visuels disponibles au moment de la réservation (page d'accueil, affichage des différentes options de réservation disponibles, etc.) et la rédaction des textes ainsi que des mails de confirmation et des SMS de rappel (pour valider une réservation, envoyer un code d'accès permettant d'entrer dans la Cabine et définir un rappel avant le départ de l'utilisateur pour lui rappeler de vérifier que tout est propre et fonctionnel avant la session suivante).³ Aujourd'hui, la plateforme de réservation est encore en cours de développement mais elle est fonctionnelle et il ne reste que quelques erreurs de programmation à corriger. L'entreprise travaille actuellement sur une stratégie de déploiement durable avant d'engager le lancement du produit.

³ Pour connaître le détail de ce projet, consulter l'annexe 1 intitulée : « Rapport d'Accompagnement BPI - French Cabine Connectée » rédigé par Zoé BISCHOFF dans le cadre du stage mené au sein de la start-up P.P.R.

D / Identification des compétences acquises, des forces et des faiblesses

Les compétences acquises

Ce stage a été pour moi l'occasion de gagner en autonomie et en organisation. La découverte d'un métier dont on ne maîtrise pas les rouages nécessite énormément de documentation et une très grande capacité d'organisation pour pouvoir assimiler quantité de nouvelles notions en un temps imparti.

J'ai également pu mettre à profit ma polyvalence et l'approfondir davantage en effectuant un certain nombre de missions annexes à mon poste. La difficulté variable des missions et les deadlines plus ou moins proches m'ont forcée à planifier soigneusement mon emploi du temps et à m'y tenir avec rigueur au quotidien pour mener à bien les différents projets.

J'ai également dû me familiariser rapidement avec différents types d'outils afin de créer différents types de supports, qu'ils soient visuels ou textuels, utiles dans le cadre de mes missions. J'ai également pu proposer un certain nombre de logiciels et d'applications utiles.

Les difficultés rencontrées et les solutions apportées

Mon manque d'expérience et de connaissances en matière de communication et en marketing n'ont pas facilité mon arrivée au poste. Et pour pouvoir pallier mon retard, j'ai passé une grande partie de mon temps (personnel et professionnel) à me documenter sur différents types de plateformes afin de véritablement comprendre tous les rouages de ce métier. J'ai également eu la chance d'entrer en contact avec des professionnels qui m'ont aidée à me forger des bases solides en la matière et qui ont passé du temps à m'expliquer les notions que je peinais à comprendre.

De plus, les différentes missions annexes étaient pour la plupart relativement compliquées à comprendre, j'ai donc cherché une nouvelle fois à entrer en contact avec des professionnels qualifiés en la matière qui ont tous fait preuve d'une immense bienveillance à mon égard en m'envoyant quantité de documents utiles et d'articles intéressants.

Finalement, j'ai été peu encadrée au cours de ce stage ce qui fut plutôt déstabilisant de prime abord puisqu'il est assez difficile de savoir précisément comment mener à

Rapport d'activité

bien les missions ou gérer le temps de travail quand on découvre le monde professionnel. Malgré tout, il me semble avoir saisi rapidement l'enjeu de la situation en m'imposant une grande rigueur dans mon travail ce qui m'a permis dès le début de bien jalonner mon propre cadre et d'être beaucoup plus productive et efficace.

Points forts et points faibles constatés

Les expériences professionnelles sont enrichissantes car elles permettent à chaque individu de mieux se connaître et de cibler ses forces et ses faiblesses à condition d'être attentif à son environnement. Il est donc essentiel de prendre le temps de connaître ses collaborateurs, d'analyser (sans excès) leurs techniques de travail et surtout de faire preuve d'humilité en prenant le recul nécessaire pour se rendre compte de ses propres compétences par rapport aux autres.

Au cours de ce stage, j'ai donc pu prendre conscience, entre autres, de ma grande capacité d'adaptation aussi bien au sein de l'équipe que dans les missions qui m'étaient confiées. Pour éviter tout malentendu, j'ai toutefois bien pris soin de préciser le temps d'adaptation dont j'aurais besoin pour me renseigner sur un sujet en fonction de sa difficulté et de mes connaissances en la matière. Mon tuteur a également souligné mon autonomie et l'esprit d'initiative dont j'ai su faire preuve ; toutes mes suggestions n'ont évidemment pas été acceptées mais chacune a mené à des échanges particulièrement constructifs qui m'ont permis de peaufiner ma capacité à défendre mon point-de-vue et à écouter mon interlocuteur quand celles-ci n'étaient pas réalisables.

Je me suis également aperçue de mes capacités relationnelles et du plaisir que je prenais à échanger avec un public tout en analysant leur comportement et leurs réactions afin de mieux articuler mon discours et mon attitude. J'ai aussi réalisé que tout le monde n'appréciait pas ce contact et que la plupart des collaborateurs préféraient souvent rester en arrière ligne pour mener à bien leur travail.

En revanche, bien que je me sois nettement améliorée en la matière, j'ai besoin de développer davantage mes capacités en termes d'organisation et de rigueur. J'ai également du mal à déterminer l'ordre d'importance et l'urgence des tâches à effectuer ce qui peut s'avérer problématique quand celles-ci sont nombreuses et doivent être réalisées dans un temps imparti. De la même manière, j'ai pu constater qu'il m'était

difficile de rester assise à un bureau toute la journée et que j'avais tendance à rapidement me lasser quand les missions étaient répétitives.

IV / CONCLUSION

Ce stage a été l'occasion pour moi d'approcher l'univers du marketing et de la communication et d'en maîtriser les rouages. J'ai pu m'apercevoir de l'importance d'un certain nombre de missions en apparence peu importantes (le référencement naturel, les campagnes sponsorisées, l'importance de la veille sur les réseaux...) et j'ai eu l'occasion de rencontrer des personnes formidables qui ont été particulièrement indulgentes à mon égard et qui ont pris le temps de m'accompagner et de m'expliquer quantité de notions essentielles à ce métier sans tenir compte du fait que je débute en la matière.

J'ai aussi eu la chance de réaliser que ce métier n'était pas fait pour moi malgré le grand intérêt que je portais à mes missions et j'ai beaucoup apprécié de pouvoir découvrir les facettes d'un poste essentiel au bon fonctionnement d'une entreprise. De plus, certaines missions, comme l'aide à la préparation du salon Workspace Expo à Paris Porte de Versailles, ont été pour moi l'occasion de redécouvrir mon goût pour le terrain et le contact avec le public et mon désir d'en apprendre davantage sur les métiers de ce secteur. À court terme, mon objectif est de trouver du travail dans ce secteur d'activité afin de confirmer mon projet professionnel avant d'y envisager une formation spécialisée en Master.

Finalement, cette expérience en immersion au cœur d'une entreprise m'a permis de prendre conscience que chaque collaborateur est unique et qu'il existe une place pour tous les profils : que l'on préfère être en première ligne sur le terrain ou plutôt en soutien depuis les bureaux ; et que la singularité de chaque collaborateur est essentielle au bon fonctionnement d'une organisation dans son ensemble. Il est donc essentiel de bien se connaître pour savoir ce qui nous convient le mieux et ainsi trouver « sa place » dans la grande communauté qu'est le monde du travail.

TRAVAIL DE RECHERCHE

Comment repenser le cadre de travail des collaborateurs en lui attribuant une dimension plus naturelle au lendemain du COVID ?

Paradis pour les uns, cauchemar pour les autres, depuis plusieurs mois déjà le débat fait rage autour de la pratique du télétravail pour essayer de déterminer s'il représente une avancée ou bien une régression sociale.

La crise sanitaire et le confinement de mars 2020 ont contraint plus d'un salarié sur cinq à avoir recourt au travail à distance (comme le révèle l'étude publiée en juin 2021 par la Direction de l'Animation de la Recherche, des études et des Statistiques (DARES)⁴). Rendu possible par l'apparition et le développement soudain de nouveaux outils de communication, le télétravail caractérise le besoin fondamental des collaborateurs de passer plus de temps à l'extérieur des bureaux. Mais au-delà d'un besoin de flexibilité croissant de la part des collaborateurs, cette nouvelle tendance, qui semble s'installer à posteriori de la crise, promet de redessiner complètement le paysage social en redéfinissant les cadres de travail et de vie des collaborateurs.

Avant de poursuivre, il est important de commencer par définir quelques termes clés de notre problématique qui guideront le fruit de notre réflexion au cours de ce développement.

Tout d'abord, il est important d'expliquer que le « cadre de travail » correspond à l'ensemble des éléments liés au travail qui composent l'environnement physique et matériel d'un collaborateur ; on parle de cadre de travail pour un bureau mais aussi pour une pièce dédiée au domicile des salariés quand ces derniers choisissent de télétravailler.

⁴ Direction de l'Animation de la Recherche, des Études et des Statistiques (DARES), « Activité et conditions d'emploi de la main-d'œuvre pendant la crise sanitaire COVID-19 », vue d'ensemble des résultats de l'enquête flash publiée en juin 2021 et consulté le 14/08/2022
https://dares.travail-emploi.gouv.fr/sites/default/files/3cd19f479e11042e31d5f84d7f3e6115/Dares_Acemo-covid_Synthese_juin%202021.pdf

Repenser le cadre de travail des collaborateurs implique donc des mutations profondes provoquées ou accélérées par l'avènement d'un événement inattendu, ici en l'occurrence le COVID.

L'idée « d'attribuer une dimension plus naturelle » à ce cadre de travail suggère qu'il y avait auparavant des tentatives infructueuses de lui conférer une dimension plus naturelle, ou, en d'autres termes, que la Nature devrait y occuper plus d'espace. Cette idée, accentuée par le « plus » vient poser la question de ce qui a déjà été mis en place auparavant dans cette thématique.

Finalement, le mot « naturelle », par sa polysémie, peut avoir le sens d' « appartenir à la nature d'un être ou d'une chose » comme une caractéristique que l'on juge naturelle. Dans le cadre de ce développement, nous considérerons l'expression « plus naturelle » au sens de relatif à la Nature, que nous définirons elle-même comme l'ensemble des êtres vivants, animaux et végétaux ainsi que le monde où ils se trouvent.

Ce développement cherchera donc à comprendre de quelle manière le cadre de travail des collaborateurs semble se redessiner au lendemain de la crise du COVID et cherchera surtout à définir comment la nature peut être intégrée de manière durable à l'environnement de travail des collaborateurs pour qu'ils puissent en tirer tous les bienfaits.

Afin de répondre au mieux à cette problématique, nous verrons dans un premier temps de quelle manière le cadre de travail des collaborateurs a évolué à-travers l'Histoire, pour tenter de comprendre les origines du travail en bureaux. Nous verrons ensuite comment la pandémie a affecté ce cadre et l'a fait évoluer, avant de nous intéresser à la manière dont ce changement a été perçu par les travailleurs eux-mêmes, ainsi qu'aux limites de ces pratiques plus flexibles démocratisées par la crise. Dans une seconde partie, nous essayerons de mieux discerner la notion de cadre de travail, en tentant d'apporter une définition à sa nouvelle organisation physique et théorique. Nous étudierons également les effets de la biodiversité sur notre organisme en abordant le thème de la biophilie et l'importance de l'intégrer aux espaces de travail pour augmenter la compétitivité des entreprises. Finalement, nous parlerons de l'importance de fédérer les collaborateurs dans la conception de leurs bureaux et nous

tenterons de formuler un certain nombre de recommandations et de préconisation pour l'entreprise dans laquelle notre stage s'est déroulé.

PARTIE I – BRÈVE HISTOIRE DU TRAVAIL EN BUREAU

A – Évolutions et mutations du cadre de travail

Au cours de l'Histoire, les espaces et les environnements de travail ont beaucoup évolué afin de s'adapter aux tendances et aux besoins des époques. Et bien que le travail en bureau n'ait pas toujours été aussi répandu qu'aujourd'hui, il a malgré tout bien existé sous différentes formes.

Tout d'abord il est important de distinguer deux notions qui nous paraissent aujourd'hui associées mais qui ne l'ont pas toujours été : la notion de « travail » et la notion de « bureau ».

Le mot « travail » trouve ses origines dans la langue latine puisqu'il dérive du terme « tripalium », instrument de torture composé de trois pieux, alors associé à l'idée de torture, de souffrance et de douleur.

Le « travail », au sens propre du terme, était alors affilié aux travaux manuels, souvent pénibles, réservés au peuple et aux individus qui avaient besoin de gagner de l'argent ou qui travaillaient pour le compte d'un noble.

À l'inverse, les sciences, les arts et les lettres ne rentrent pas dans la même catégorie. Ces disciplines sont réservées à une élite cultivée qui s'y adonne surtout pour le plaisir, pour le paraître en société ou, à partir de la Renaissance, pour le compte d'un mécène par exemple.

Le mot « bureau » comme nous le connaissons aujourd'hui est quant à lui un dérivé de l'ancien français « burel » ou « bure », qui désignait alors un tapis de laine que l'on disposait sur la table, avant de s'installer, afin de protéger le bois de l'encre ou pour atténuer le bruit des pièces quand elles étaient comptées.

C'est d'ailleurs à cette époque qu'apparaissent les premiers postes qui pourraient s'apparenter au salariat d'aujourd'hui avec les moines copistes en charge de recopier

les manuscrits dans ce qu'on appelait le 'scriptorium' (espace dédié à leur activité). Chaque moine était alors installé sur un meuble d'écriture qui lui était souvent attribué pour mener à bien son travail dans l'isolement le plus total.

Avec la Renaissance, la diffusion des connaissances et du savoir s'accélère grâce à l'invention de l'imprimerie par Gutenberg en 1454. Des disciplines, auparavant accessibles seulement pour une élite, sont désormais accessibles à quiconque est en mesure de les comprendre (c'est-à-dire d'être capable de les lire et de les écrire) et un marché de l'Art se met en place.

On assiste d'ailleurs à cette époque, à l'apparition de grands espaces de travail ouverts où les artistes se retrouvent pour échanger, mettre en commun et travailler ensemble souvent sous l'œil avisé d'un grand maître. Comme en témoigne par exemple le tableau de David III Ryckaert, le Jeune, intitulé *Peintres dans un atelier*, réalisé en 1638 et exposé aujourd'hui au Musée du Louvre à Paris, qui illustre une scène d'atelier avec des artistes qui posent, d'autres qui peignent, et d'autres encore qui préparent leurs toiles avant d'y ajouter leur œuvre.

Ces espaces de travail vont continuer à évoluer à mesure que les échanges internationaux se développent et que les institutions se multiplient, on assiste même à la création des premiers sièges commerciaux (alors appelés administrations centralisées), durant l'ère industrielle entre le XVIIe et le XIXe siècle.

L'accélération de l'industrialisation qui a suivi, notamment en Grande-Bretagne et en Amérique, a donné naissance aux premiers gratte-ciels pour répondre au besoin de disposer de plus de bureaux suite à l'augmentation de la quantité de travail administratif à accomplir.

À la fin du XIXe siècle, l'invention du téléphone, du télégraphe et d'autres moyens de communication marque le début de l'industrialisation des pays, et la démocratisation des « cols blancs » (terme permettant de désigner les employés de bureaux en opposition aux « cols bleus » qui travaillaient dans les usines) vient bouleverser l'organisation du monde du travail en inversant la tendance avec un nombre croissant d'employés de bureaux ce qui va complètement redessiner le paysage professionnel.

De nouveaux espaces de travail au design dit « tayloriste » voient le jour au début du XXe siècle (inspiré de l'ingénieur américain Frederick Winslow Taylor et de sa division

horizontale et verticale du travail) avec de grands espaces de travail ouverts dans lesquels on retrouve un très grand nombre de bureaux organisés selon les tâches à accomplir pour faciliter le flux de production constant.

Puis les bureaux commencent à se cloisonner en période d'après-guerre, souvent à mi-hauteur, pour donner à chaque salarié son propre espace de travail organisé dans un grand espace partagé, tout en permettant aux managers de surveiller le travail de leurs équipes. Cette pratique durera jusqu'à la fin des années 90' avant de s'ouvrir au début du XXIe siècle vers des espaces partagés mieux aménagés.

On observe donc tout au long de l'Histoire, des évolutions multiples de l'organisation des espaces de travail visant principalement à maximiser la rentabilité et la compétitivité des entreprises, mais sans véritablement tenir compte des besoins des salariés. Depuis le début du XXIe siècle, on commence à considérer la corrélation entre bien-être et besoin de flexibilité des collaborateurs avec le degré de compétitivité des entreprises. Pour répondre aux attentes des employés, on voit apparaître de nouvelles formes d'aménagement de bureaux, un mélange d'open-spaces (ces grands espaces dans lesquels les bureaux sont organisés selon les services), de bureaux privés (souvent pour les dirigeants), de salles de réunions et surtout de salle de pauses aménagées (avec des installations spécifiques comme des canapés, une salle de sport, une salle de jeux de société, etc.).

On assiste également au début du siècle à l'apparition de nouvelles pratiques de travail plus flexibles, comme le télétravail, qui tente timidement de se faire une place dans l'organisation globale du travail. Mais beaucoup d'entreprises ne sont pas encore prêtes au changement et ont du mal à s'essayer à ces pratiques souvent jugées trop risquées. C'est en 2019 que tout bascule avec l'apparition d'un événement pour le moins inattendu : le COVID.

B – La crise du COVID : disruptive innovation

Fin 2019, l'apparition d'une maladie émergente à Wuhan en Chine souffle un vent de panique sur le monde. Le virus, encore méconnu à ce moment-là, est une nouvelle forme de coronavirus, nommé alors SARS-CoV-2, qui a la particularité de se diffuser extrêmement rapidement et de provoquer des symptômes variables allant jusqu'au décès des patients les plus vulnérables.

La progression rapide de cette nouvelle maladie lui vaudra d'être qualifiée de pandémie mondiale dès le 11 Mars 2020, par le Directeur général de l'OMS lors du point presse sur la COVID-19.⁵ Cette déclaration officielle provoque une vague de fermetures d'établissements publics dans le monde qui se renforce et se multiplie les jours suivants avec la limitation de circulation aux frontières de certains pays comme l'Autriche, les Etats-Unis et la Tchéquie entre autres. La France réagit à son tour et le Président de la République française prend la parole, lors d'une allocution officielle le 16 Mars 2020, pour annoncer un premier confinement général à compter du 17 Mars 2020. Le 18 mars 2020 une proposition de *loi française n°2020-290 d'urgence pour faire face à l'épidémie de COVID-19* est déposée au Sénat afin d'autoriser provisoirement la possibilité d'instaurer un état d'urgence en cas de catastrophe sanitaire dans le code de la santé publique. Après lecture par le Sénat et l'Assemblée Nationale, la promulgation du texte est rendue officielle le 23 mars 2020.⁶ L'instauration de l'état d'urgence, régime juridique dit de crise, a permis au gouvernement de prendre par décrets un certain nombre de mesures limitant la liberté des individus dans certaines circonscriptions, ce qui a rendu possible la prolongation du premier confinement, qui ne devait à l'origine durer que deux semaines, ou encore la mise en place de mesures comme le port du masque obligatoire et les restrictions de circulation dans un périmètre donné autour du domicile, dans le but de limiter la propagation du virus.

⁵ Allocution liminaire du Directeur général de l'OMS lors du point presse sur la COVID-19 – 11 Mars 2020, consulté le 11/07/2022, <https://www.who.int/fr/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>

⁶ LOI n°2020-290 du 23 mars 2020 d'urgence pour faire face à l'épidémie de COVID-19 adoptée par l'Assemblée Nationale et le Sénat puis promulguée par le Président de la République <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000041746313/>

Les restrictions de déplacements sur le territoire, désormais limités aux achats de première nécessité ou justifiés par un motif impérieux, ont provoqué un recul historique de l'activité et les données de l'INSEE à ce sujet nous révèlent que près de : « 75% des sociétés déclarent une baisse de leurs ventes supérieure à 10%, et 35% une baisse supérieure à 50% durant cette période. »⁷

C'est alors que le monde du travail commence à se réorganiser, tous les collaborateurs en mesure de travailler depuis leur domicile se mobilisent pour trouver des solutions leur permettant de poursuivre leur activité professionnelle même partiellement. On assiste ainsi à une très nette augmentation de l'utilisation des outils de télécommunication, facilité par l'accès généralisé à internet, et le télétravail qui n'existait jusqu'alors que pour une faible proportion des collaborateurs (Comme le révèle l'étude de Malakoff Médéric Humanis de 2019⁸ : en 2018, 29% des salariés ont télétravaillés de manière occasionnelle ou régulière, mais seulement 6% d'entre eux le pratiqueraient de manière contractuelle), pratique qui s'est démocratisée progressivement jusqu'à devenir la norme pour toutes les personnes en mesure de le faire.

À ce propos, le télétravail est longtemps resté une notion vague et peu définie. Pour mieux en distinguer les aspects, nous nous en référons à la définition proposée par le service public : « *le télétravail désigne toute forme d'organisation du travail dans laquelle un travail qui aurait également pu être exécuté dans les locaux de l'employeur est effectué par un salarié hors de ces locaux. Le télétravail permet au salarié de travailler en dehors de l'entreprise, en utilisant les technologies de l'information et de la communication (TIC).* »⁹

Ainsi, et selon cette définition, avec la crise sanitaire et les confinements à répétition, le télétravail a atteint un pic de pratique en 2020 touchant jusqu'à 41% des

⁷ DUC Cindy et SOUQUET Catherine, L'impact de la crise sanitaire sur l'organisation et l'activité des sociétés, étude de l'INSEE, paru le 10 décembre 2020 et consulté le 02/03/2022 <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4994488/>

⁸ Malakoff Médéric Humanis, « Télétravail, regards croisés salariés & dirigeants 2ème édition », paru le 19 février 2019 et consulté le 04/05/2022 <https://zevillage.net/wp-content/uploads/2019/02/Etude-Teletravail-Malakoff-Mederic-comptoir-Nelle-entreprise-2019.pdf>

⁹ Direction de l'information légale et administrative, « Télétravail dans le secteur privé », vérifié le 04 mars 2022 et consulté le 15/07/2022 <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F13851>

collaborateurs comme le révèle l'étude télétravail de la DARES publiée en juin 2021.¹⁰ Et le télétravail semble bien parti pour se pérenniser au-delà de la situation de crise sanitaire dans les habitudes des entreprises ; bien loin d'une simple solution d'urgence, il devient même désormais un facteur d'attractivité pour les organisations qui recrutent. Comme le démontre à ce propos l'APEC dans son étude intitulée « Le télétravail, un argument à mettre en avant pour attirer les cadres »¹¹, près de la moitié de ces derniers le considère comme un élément clé dans la perspective d'un changement d'entreprise.

On observe donc que la crise sanitaire a marqué un tournant considérable dans l'évolution des habitudes de travail. Là où auparavant le télétravail se limitait à une mince proportion des travailleurs, il est devenu la norme pour la majorité des collaborateurs disposant des outils de télécommunication nécessaires pour le faire (c'est-à-dire au minimum d'une connexion internet, d'un ordinateur et d'un téléphone portable). Cette évolution dans les pratiques de travail, qui promet de s'installer à posteriori de la crise, a mis en évidence la nécessité de repenser l'organisation du travail dans son intégralité : aussi bien dans l'espace que dans le temps, et surtout l'importance de prendre en considération les besoins des collaborateurs pour le faire correctement.

C – Le télétravail ou l'illusion de la liberté au travail

Les confinements successifs ont contraint les collaborateurs à repenser leurs habitudes et leur cadre de travail dans l'urgence en délocalisant leur bureau chez eux. L'assignation générale à domicile a d'ailleurs été l'occasion pour l'ensemble de la société de prendre conscience de l'importance de la Nature dans leur quotidien et de

¹⁰ Direction de l'Animation de la Recherche, des Études et des Statistiques (DARES), « Activité et conditions d'emploi de la main-d'œuvre pendant la crise sanitaire COVID-19 », vue d'ensemble des résultats de l'enquête flash publiée en juin 2021 et consulté le 14/08/2022

https://dares.travail-emploi.gouv.fr/sites/default/files/3cd19f479e11042e31d5f84d7f3e6115/Dares_Acemo-covid_Synthese_juin%202021.pdf

¹¹ « Le télétravail, un argument à mettre en avant pour attirer les cadres », étude menée par l'APEC, publiée le 12/01/2022 et consultée le 24/06/2022 <https://www.apec.fr/tendances-emploi-cadre/evolution-de-la-societe-evolution-des-competences-cadres/le-teletravail-un-argument-a-mettre-en-avant-pour-attirer-les-cadres.html>

l'avantage que présente le télétravail pour se rapprocher davantage de tiers-lieux de travail plus naturels et plus ouverts vers l'extérieur.

Mais si cette nouvelle pratique de travail plus flexible semble se pérenniser au-delà de la crise sanitaire, il est essentiel d'en saisir tous les enjeux pour la mettre en place durablement et dans de bonnes conditions.

Tout d'abord, nous pouvons observer que le télétravail a été une aubaine pour une grande partie des salariés puisqu'il a permis de réduire considérablement le temps passé quotidiennement dans les transports. Comme le révèle une enquête menée par l'Observatoire des Territoires à ce propos, les français passent en moyenne 35 minutes par jour, dans les transports, simplement pour se rendre au travail.¹²

Un gain non seulement de temps mais aussi d'argent puisque le budget moyen consacré aux déplacements atteint en moyenne 204€ par mois et par personne selon les chiffres donnés par la société IPSOS dans son « Enquête sur les mobilités du quotidien dans les régions françaises ».¹³

Le télétravail a également l'avantage de permettre aux salariés de travailler en plus grande autonomie et ainsi d'adapter leurs horaires en fonction de leurs besoins et de leurs préférences, ce qui permet une meilleure conciliation de la vie professionnelle et privée, notamment pour les collaborateurs avec une famille à charge ou des impératifs réguliers. Les collaborateurs sont ainsi plus sereins de savoir qu'ils sont libres et flexibles dans l'organisation de leur travail ce qui réduit le taux d'absentéisme et augmente considérablement le niveau de productivité comme le révèle le Baromètre annuel du télétravail élaboré par Malakoff Humanis.¹⁴

¹² Observatoire des Territoires, « Temps de déplacement par personne par jour selon le motif et l'espace de résidence », extrait de la publication « 1h19 : le temps de déplacement quotidien moyen », base unifiée des enquêtes de déplacements, Cerema 2018, étude publiée en 2022 et consultée le 13/07/2022 <https://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/visiotheque/2019-mobilites-temps-de-deplacement-par-personne-par-jour-selon-le-motif-et-lespace-de>

¹³ Enquête IPSOS pour Transdev, « Enquête sur les mobilités du quotidien dans les régions françaises » menée du 15 au 29 juillet 2019 auprès de 10 148 personnes constituant un échantillon national représentatif de la population âgée de 18 ans et plus, publiée le 30 septembre 2019, consultée le 15/04/2022, https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-10/ipsos_transdev_mobilites_en_regions.pdf

¹⁴ « Malakoff Humanis décrypte l'impact de la crise sur l'organisation du travail et la santé des salariés à travers les résultats de ses études Télétravail (1) et Absentéisme (2) réalisés en mai 2020 » article publié le 25 juin 2020 et publié sur la newsletter de Malakoff Humanis <https://newsroom.malakoffhumanis.com/actualites/malakoff-humanis-decrypte-limpact-de-la-crise-sur->

En revanche, dirigeants et collaborateurs s'accordent à penser que le télétravail à plein temps présente de nombreux risques sur le long terme puisqu'il rend difficile la communication entre collaborateurs, qui n'est rendue possible que par écrans interposés, ce qui est source de malentendus et de conflits au sein des équipes.

Près de 32% des télétravailleurs déclarent également souffrir d'un manque d'accompagnement dans leur travail à cause d'une plus faible communication avec les managers ce qui mènerait à une dégradation de la qualité du lien avec les relations de travail dans 40% des cas comme le démontre cette même étude menée par Malakoff Humanis.

De plus, s'il permet de mieux concilier vie professionnelle et vie privée, le télétravail, en trop grande quantité, rend également la distinction entre ces deux cadres difficile étant donné que les nouveaux modes de communication nous rendent disponibles partout et tout le temps. Le travail devient omniprésent dans le quotidien des collaborateurs, qui restent joignables tout au long de la journée et de la semaine à moins de bloquer tous ces canaux de communication.

À ce propos, L'enquête TRACOV menée par l'organisation DARES¹⁵ a révélé que la majorité des télétravailleurs ont vu leur temps de travail augmenter et leurs conditions de travail se dégrader à cause de cette disponibilité constante rendue possible par les nouveaux modes de communication.

Le développement des outils utiles au travail à distance a également permis aux collaborateurs d'essayer de travailler depuis des tiers-lieux plus proches de la Nature, en camping ou depuis une maison de campagne par exemple. Cette nouvelle tendance a donné naissance à un groupe de néo-télétravailleurs qui cherche à profiter de ces nouveaux outils pour travailler depuis des endroits insolites à-travers le monde. Des organisations comme Airbnb profitent d'ailleurs de ce mouvement pour créer de

[l'organisation-du-travail-et-la-sante-des-salaries-a-travers-les-resultats-de-ses-etudes-teletravail1-et-absenteisme2-realisees-en-mai-2020-40ce-63a59.html](https://darestravail-emploi.gouv.fr/sites/default/files/5171e9d0f2d214774c44afc82353563a/Dares-absenteisme2-realisees-en-mai-2020-40ce-63a59.html)

¹⁵ Enquête Tracov, « Télétravail durant la crise sanitaire : Quelles pratiques en janvier 2021 ? Quels impacts sur le travail et la santé ? », DARES analyses n°9, publiée le 10 février 2022 et consultée le 15/08/2022

https://darestravail-emploi.gouv.fr/sites/default/files/5171e9d0f2d214774c44afc82353563a/Dares-Analyses_Teletravail-durant-crise-sanitaire-Pratiques-Impacts.pdf

nouvelles offres à destination de ces télétravailleurs nomades en s'associant à des destinations insolites.¹⁶

Ces nouvelles tendances, plus en connexion avec la Nature, révèlent comme un besoin inné pour l'humain de se reconnecter à un environnement plus naturel, surtout après en avoir été privé pendant les confinements. Ce phénomène croissant pose ainsi la question des effets potentiels que la Nature pourrait avoir sur l'organisme que nous aborderons en détail plus tard dans ce développement.

Enfin, si le télétravail a été organisé en urgence avec les différents confinements, il s'est mis en place de manière assez satisfaisante, bien que souvent maladroite, et a nettement encouragé une partie des français à considérer sa poursuite occasionnelle à postériori de la crise.

D – Flexibilité au travail : un équilibre à trouver

Dirigeants et salariés s'accordent à dire que les bénéfices du télétravail sont nombreux mais aussi qu'il est nécessaire de trouver des solutions équilibrées et négociées afin de pérenniser durablement cette pratique sans qu'elle ne nuise à un des deux partis.

Pour ce faire, il est primordial pour l'entreprise de fixer des limites à l'autonomie accordée aux collaborateurs et de définir clairement les conditions du cadre de travail à respecter quand il n'est pas accompli depuis les locaux de l'entreprise en passant par exemple par l'élaboration d'objectifs à atteindre en un temps imparti, ou bien un compte-rendu régulier sur le travail effectué. L'essentiel est de maintenir le dialogue entre managers et salariés pour que l'un et l'autre puissent collaborer sereinement.

De la même manière, si le télétravail exige l'instauration d'une relation de confiance entre dirigeants et salariés, il est également important de se questionner à propos des limites de cette confiance : pour savoir jusqu'où elle doit aller et dans quelle mesure elle peut être validée, ou non, quand le salarié travaille à distance.

¹⁶ Airbnb, « Airbnb s'associe à 20 destinations pour encourager le télétravail », 12 Juillet 2022, rubrique news du site internet de l'entreprise, article consulté le 16/07/2022, <https://news.airbnb.com/fr/airbnb-sassocie-a-20-destinations-pour-encourager-le-teletravail/>

Pour les collaborateurs, l'enjeu sera de trouver le juste équilibre entre pas assez et trop de flexibilité mais aussi de définir un certain nombre de conditions à respecter pour que le travail puisse être accompli dans les normes.

Il est donc essentiel de redéfinir l'organisation du travail en essayant de redéterminer le cadre physique et théorique du travail au lendemain de la crise sanitaire, tout en tenant compte des problématiques environnementales très fortes et en intégrant les éventuels bienfaits de la Nature sur l'organisme.

PARTIE II – REDÉFINIR LE CADRE DE TRAVAIL DES COLLABORATEURS

A / Un nouveau cadre 'physique' et 'théorique'

Comme nous avons pu le constater dans ce développement, on ne peut pas concevoir le travail sans s'intéresser au lieu où il s'effectue. En effet, l'environnement implique un certain nombre de facteurs qui vont venir influencer la concentration du collaborateur, qu'il s'agisse d'un espace bruyant ou isolé, urbain ou rural, fermé ou ouvert, les éléments qui vont entrer en jeu vont nécessairement impacter le comportement du travailleur nomade.

Le lieu est également important pour les entreprises puisqu'il permet de matérialiser son existence et de disposer d'un lieu où les informations importantes nécessaires au bon déroulement de l'activité peuvent circuler librement sans risquer d'être à la portée de n'importe qui. Leur acquisition, leur entretien et leur aménagement va également représenter un coût non négligeable pour l'organisation qui va pouvoir en faire la vitrine de ses valeurs.

Et si la tendance actuelle en la matière tend plutôt vers une recomposition spatio-temporelle du travail à l'extérieur des locaux des entreprises : l'espace de travail est désormais multi-spatial, il n'a plus de frontière et peut prendre place depuis n'importe quel endroit grâce aux outils numériques. Toutefois, sa multi-spatialité crée un flou autour de cette notion et il est plus que jamais essentiel d'essayer de cerner ce nouveau cadre afin de mieux en saisir les enjeux pour mieux l'encadrer.

Mais malgré cette tendance, seuls 27% des travailleurs ont accès à un espace de travail dédié quand ils sont loin de leurs bureaux comme le révèle le sondage mené par la société International Workspace Group.¹⁷

L'enjeu pour les entreprises est désormais de réussir à intégrer la flexibilité et l'autonomie que demandent les travailleurs et de diviser l'espace de travail en différentes sections pour donner la possibilité à un collaborateur de changer de cadre de travail au cours d'une journée.

Nous avons également pu remarquer que le confinement avait ouvert les yeux des collaborateurs sur l'importance de la Nature dans leur quotidien. Des sondages menés par la L.L. Bean 2018 Work ont d'ailleurs révélé que cette année-là, 57% des collaborateurs qui travaillaient dans des bureaux fermés passaient moins de trente minutes par jour en extérieur (sans tenir compte du temps de trajet pour se rendre sur le lieu de travail le matin et en repartir le soir) alors que près de 86% des collaborateurs seraient enclins à passer plus de temps à l'extérieur pendant leur journée de travail.¹⁸

Cette demande croissante de flexibilité découle donc d'un besoin plus fondamental de passer plus de temps à l'extérieur des bureaux ou tout du moins dans un cadre différent qu'un bureau attitré qui n'a pas pour vocation d'être dépaysant.

Une seconde solution qui se présente pour les entreprises est donc de faire entrer la nature à l'intérieur des locaux pour le bien-être des collaborateurs et ainsi leur faire profiter des bienfaits de la Nature comme l'étaye la notion scientifique de « biophilie ».

¹⁷ Auteur inconnu, « The IWG global workspace survey ; Welcome to Generation Flex – the employee power shift », publié en Mars 2019, consulté le 15/05/2022
<https://work.iwgplc.com/global-workspace-survey-2019>

¹⁸ STRINGER Leigh, « LL BEAN 2018 survey “be an outsider at work” », publié en 2018, consulté le 25/05/2022, https://www.llbean.com/shop/files/180619_HANDBOOK.pdf

B / Biophilie : la Nature au service du bien-être

D'un point-de-vue purement étymologique, le terme biophilie est composé de la racine grecque « bio » (la vie) et du suffixe -phile (qui aime). Par définition, la biophilie caractérise donc d'apprécier la présence d'autres formes de vie qu'il s'agisse d'organismes vivants ou de composants non-vivants, que l'on peut définir plus largement comme la Nature dans son ensemble.

Mais au-delà du simple fait « d'aimer » certains théoriciens comme Edward O. Wilson suggèrent également l'idée que les humains ont un besoin spontané de créer des contacts avec ces autres formes de vie, une tendance innée qu'il intitulera en 1984 « *L'hypothèse de la biophilie* ».

Si l'on veut donner une définition plus large de ce terme en tenant compte de ces éléments, nous pouvons considérer que la biophilie caractérise le besoin spontané pour l'humain de créer des contacts avec la Nature.

Cet attrait pour la Nature se traduit au quotidien par la fascination pour un feu de cheminée, le sentiment de détente au son du clapotis d'une rivière, l'émerveillement devant un coucher de soleil ou l'effet thérapeutique des animaux de compagnie.

Mais bien au-delà des définitions, si la Nature nous fascine et nous fait du bien, ce n'est ni le fruit du hasard, ni celui de notre imagination, mais bien le résultat d'un phénomène scientifique provoqué par une réaction chimique dans notre corps.

Comme l'expliquent les physiciens Eva M. SELHUB et Alan C. LOGAN co-auteurs de *Your Brain on Nature*¹⁹, il faut distinguer plusieurs étapes afin de mieux comprendre ce phénomène : tout d'abord, un élément naturel va venir stimuler un de nos sens, il peut s'agir du bruit d'un ruisseau qui court, de la sensation d'un rayon de soleil sur notre bras, de l'odeur de l'herbe fraîchement coupée ou celle d'un bouquet de fleurs. Cette information va ensuite être transmise à notre cerveau et va venir stimuler les neurones en charge de la récompense. Ce phénomène va bloquer la réponse du stress et aura pour effets de réduire le rythme cardiaque et la tension artérielle du sujet

¹⁹ M. SELHUB Eva et C. LOGAN Alan, « Your brain on nature, the science of nature's influence on your health, happiness, and vitality », Canada, 2012, https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=CFd_7ujLlwgC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Eva+M.+Selhub+Your+Brain+on+Nature&ots=l854kBfJJS&sig=yxrDT8LkF66QdDNVp9ReONZrLgE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

qui verra son niveau d'anxiété baisser et qui sera par conséquent plus productif, plus concentré, plus créatif et de meilleure humeur.

Pour imaginer ce phénomène, nous pouvons reprendre la formulation des physiciens à la page 28 de leur ouvrage qui écrivent : « *Nature is like a little drop of morphine for the brain* », comme si un contact, aussi étroit soit-il, avec la Nature avait l'effet d'une goutte de morphine directement injectée dans notre cerveau. Comme si l'on avait ouvert une fenêtre de notre corps pour laisser la Nature nous traverser et apporter un vent de fraîcheur à nos idées. Ce phénomène se traduit également dans le langage courant avec l'emploi d'expressions idiomatiques comme « s'aérer les idées », « prendre l'air » ou encore « se mettre au vert ».

En effet, si ces expressions n'ont pas de sens « littéral » elles traduisent néanmoins l'idée que la Nature nous fait du bien. Et si on les analyse de plus près, on se rend compte par exemple que l'expression « prendre l'air » qui signifie s'aérer, s'oxygéner, est composée des mots « prendre » et « air » : qui sont des termes contradictoires puisque l'un signifie littéralement saisir, attraper avec sa main, tandis que l'autre est, par définition, un élément naturel insaisissable de par sa forme gazeuse destiné à être respiré et non saisi.

En ce qui concerne l'expression « s'aérer les idées », « aérer » signifie littéralement faire entrer de l'air dans un lieu supposé clos. Quand on parle de s'aérer les idées, on sous-entend que les idées sont bloquées dans la tête de l'individu qui serait lui-même bloqué dans une pièce. Pour y remédier, il faut faire entrer de l'air dans la pièce mais aussi dans la tête de la personne concernée. Cette expression invite donc à sortir « prendre l'air » pour respirer un air nouveau et faire de nouveau circuler les idées.

Une étude menée par l'Université du Michigan en 2008 a également révélé que le simple fait de regarder des photographies de Nature ou des images de plantes augmentait la mémoire et l'attention du sujet d'environ 20%.²⁰

²⁰ ARBOR Ann, « Going outside – even in the cold – improves memory, attention », 16 Décembre 2008, site internet Michigan News University of Michigan, consulté le 21/07/2022 <https://news.umich.edu/going-outsideeven-in-the-coldimproves-memory-attention/> /

Ces découvertes marquent un tournant majeur dans les perspectives d'évolution de l'organisation du travail puisque l'intégration d'éléments naturels un environnement de vie et de travail permettrait d'améliorer le bien-être des individus.

La simple intégration d'éléments naturels, visuels ou réels, à l'environnement de travail permettrait donc d'améliorer considérablement le bien-être et la productivité des individus. Cette découverte marque également un tournant majeur dans l'organisation du travail : si les collaborateurs avaient redécouvert leur besoin d'être en contact avec la Nature et qu'ils avaient particulièrement apprécié le télétravail pour la flexibilité qu'il offrait, ces mêmes collaborateurs pourraient retrouver des avantages similaires depuis les bureaux si on y intègre une dimension plus naturelle dans l'aménagement de l'espace, ce qui encouragerait les salariés à revenir travailler depuis les locaux des entreprises et à n'opter pour le télétravail que partiellement pendant un ou deux jours par semaine par exemple.

C / Les nouveaux enjeux des espaces de travail

Nous avons constaté au cours de ce développement que la crise sanitaire avait bouleversé l'organisation du travail dans l'espace et que des pratiques plus flexibles comme le télétravail, se démocratisent et tendent à se pérenniser bien au-delà de la crise. Toutefois, nous avons aussi constaté les limites de ces pratiques et le besoin de faire revenir les collaborateurs dans les locaux des entreprises afin d'éviter un isolement social et surtout pour conserver une culture d'entreprise forte.

De nombreuses entreprises on saisit l'importance de l'enjeu et misent désormais sur le principe de communautarisme en créant des espaces qui encouragent et facilitent les relations, le partage et la création d'émotions. Chez Snowleader par exemple, acteur majeur de la vente de matériel de ski et d'activités en plein air en France, la mise en application de ces valeurs communautaires est passée par la création d'un nouveau siège social à Annecy où l'on retrouve, entre autres, une grande cuisine aménagée, une salle de sieste, une salle de sport et bon nombre d'installations destinées à rapprocher les collaborateurs et à leur permettre de nouer des liens plus forts.

L'objectif pour les entreprises est de réussir à réinventer les espaces de travail en espaces de vie et de bien-être, afin d'offrir aux collaborateurs des lieux d'épanouissement dans lesquels ils peuvent s'oxygéner mutuellement et apprendre les uns des autres. Ces espaces deviennent alors de véritables leviers de performances, non seulement parce qu'ils permettent d'impliquer les collaborateurs dans le processus de conception, mais aussi parce qu'ils leur donnent des arguments pour adhérer aux idées et aux valeurs de l'entreprise. Certaines organisations cherchent même à composer avec les principes de biophilie, à l'image de la société Korus avec son siège social surnommé « Le Hangar », implanté à La Murette près de Grenoble (38), dans le but de créer un environnement de travail plus naturel et de tirer profit des bienfaits des plantes et de la Nature afin d'optimiser la productivité des collaborateurs.

Ce phénomène de restructuration de l'espace auquel nous faisons face aujourd'hui nous contraint à reconsidérer notre appropriation de l'espace qui évolue vers un esprit d'usage plutôt qu'un esprit de possession : il faut utiliser l'espace dans toute son enveloppe et tirer profit de la liberté qu'il nous apporte.

On assiste d'ailleurs à l'émergence d'entreprises spécialisées dans ce secteur, comme P.P.R. avec sa marque La French Cabine, qui cherchent à exploiter le plein potentiel d'espaces auparavant pas ou peu utilisés (comme les espaces de pause sur les terrasses, dans les jardins, etc.).

PARTIE III – L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS, LA CLÉ DU BONHEUR AU TRAVAIL

A / Fédérer les collaborateurs dans la conception de leur espace de travail

Créer des espaces de vie au sein même des espaces de travail, c'est imaginer des lieux dans lesquels il devient possible de créer des liens non seulement avec d'autres êtres humains, mais plus largement avec d'autres formes de vie au sens de Nature, grâce à des plantes ou à l'inclusion d'éléments naturels dans l'environnement de travail (panneaux en bois, lumière adaptée, etc.)

Comme nous venons de le voir à ce propos, de nombreuses organisations existent déjà et proposent leurs services pour s'occuper elles-mêmes de réorganiser les bureaux dans le but de les rendre plus ergonomiques.

Toutefois, dans la majorité de ces cas il manque un élément essentiel qui est la personnalisation de ces espaces par les collaborateurs eux-mêmes. Laisser les salariés prendre en charge tout ou partie de la conception de leur espace de travail permet d'une part de fédérer les équipes, mais aussi de créer une forme de cohésion en encourageant le partage d'idées, d'émotions et de projets. La satisfaction d'avoir contribué à la conception globale de nouveaux bureaux représente aussi un moteur pour la motivation et participe à créer une culture d'entreprise plus forte grâce au partage de valeurs entre entreprise et salariés.

B / Préconisations et recommandations pour l'entreprise P.P.R.

Dans le cas de l'entreprise P.P.R., qui propose, rappelons-le, des espaces de travail en bois, modulables et montés sur roulettes, nous pouvons par exemple suggérer à l'entreprise de créer des ateliers de cohésion, par exemple en proposant aux équipes de monter elles-mêmes leur French Cabine, au cours d'une après-midi dédiée pour l'occasion afin d'inclure les collaborateurs dans ce processus de personnalisation de leur espace de travail.

L'entreprise P.P.R. peut également créer un document de référence à envoyer aux entreprises, en même temps que la (ou les) French Cabine(s), avec un certain nombre de conseils pour 'cultiver son bureau' et permettre à chaque collaborateur d'apporter une touche de verdure aux locaux de l'entreprise, par le biais d'une plante, d'un tableau ou d'une installation de son choix.

Nous préconisons également à l'entreprise de diversifier plus largement son offre et de proposer par exemple des bacs à plantes ou des bancs pour proposer un aménagement de bureau plus naturel plutôt qu'uniquement le produit French Cabine qui peut être difficile à intégrer à un environnement plus design ou moderne de part l'authenticité du produit et l'aspect très brut du bois qui ne se marie pas toujours avec d'autres matériaux.

C / Suggestions de projets innovants pour un cadre de travail plus naturel

Pour aller plus loin dans la démarche de fédération des équipes, nous pouvons imaginer par exemple de créer des potagers collaboratifs dans les espaces verts des entreprises pour encourager les salariés à cultiver eux-mêmes leurs fruits et leurs légumes. Ces petits jardins aménagés pourraient aussi être conçus pour y accueillir un espace détente avec par exemple des tables de pique-nique, des tables de ping-pong ou encore des hamacs. Une partie de ce jardin collaboratif pourrait également être consacré au travail en plein air des collaborateurs avec notamment des French Cabines.

Ces espaces verts seraient entretenus par les salariés eux-mêmes ce qui leur permettrait, à tour de rôle, de profiter d'une coupure pendant sa semaine de travail avec quelques-uns de leurs collaborateurs pour aller s'occuper des plantes et des potagers partagés.

Ce projet suppose évidemment que l'entreprise dispose à l'origine d'espaces extérieurs suffisamment grands et exploitables pour accueillir un jardin et un potager. Mais pour les entreprises rurales, ces jardins partagés seraient l'occasion d'exploiter le plein potentiel de la Nature au profit des collaborateurs eux-mêmes (à condition évidemment que suffisamment soient motivés pour participer à un tel projet).

CONCLUSION

En conclusion, nous pouvons observer que le cadre de travail des collaborateurs a beaucoup évolué au cours de l'Histoire jusqu'à parvenir à l'organisation du travail du début du XXIème siècle que nous connaissons aujourd'hui. Toutefois, la crise du COVID a marqué un tournant majeur dans ces évolutions du cadre du travail. À l'inverse d'un point de rupture, cette crise a plutôt été un tremplin pour la pratique du télétravail et a permis sa mise en place de manière plus rapide et efficace.

Entre paradis et cauchemar, illusion ou liberté réelle, le télétravail partage autant qu'il fédère et nécessite de redéfinir clairement les nouveaux cadres « physiques » et « théoriques » pour l'encadrer correctement et lui permettre de s'installer durablement dans la culture organisationnelle des entreprises.

Nous avons également pu constater que la biophilie était un phénomène scientifique concret qui profite largement aux collaborateurs et aux dirigeants s'il est intégré efficacement à l'environnement de travail.

Enfin, sur la base des recherches que nous avons mené et du raisonnement que nous avons conduit, nous avons réussi à formuler un certain nombre de préconisations et de recommandations pour l'entreprise dans laquelle a eu lieu le stage de fin de licence.

Finalement, puisque nous avons abordé l'organisation du travail dans l'espace, nous pouvons ouvrir à nouveau notre réflexion et conclure ce travail de recherche en nous demandant :

Entre besoin de flexibilité et besoin de compétitivité, comment repenser efficacement l'aménagement du temps de travail en entreprise au lendemain de la crise du COVID ?

BIBLIOGRAPHIE

Articles publiés

→ MARTINOT Bertrand et ROBINOT COTTER-DUMOULIN Marianne, « Le travail dans tous ses états », in L'ENA hors-les-murs, 2021/9 N° 510, publié par l'Association des Anciens Élèves de l'École Nationale d'Administration et archivé sur le site Cairn.info, France, Décembre 2021, pages 8 à 9

<https://www.cairn.info/revue-l-ena-hors-les-murs-2021-9-page-8.htm>

→ MICHON François, « Longues durées de travail, temps flexibles, temps contraints. Les nouveaux enjeux du temps de travail », La Revue de l'Ires, 2005/3 n° 49, publié par l'I.R.E.S. et archivé sur le site Cairn.info, France, 2005, pages 9 à 33

<https://www.cairn.info/revue-de-l-ires-2005-3-page-9.htm>

→ BORNE Élisabeth, « Les nouveaux enjeux du travail », in L'ENA hors-les-murs, 2021/9 N° 510, publié par l'Association des Anciens Élèves de l'École Nationale d'Administration et archivé sur le site Cairn.info, France, Décembre 2021, pages 6 à 7

<https://www.cairn.info/revue-l-ena-hors-les-murs-2021-9-page-6.htm>

→ LOI n°2020-290 du 23 mars 2020 d'urgence pour faire face à l'épidémie de COVID-19 adoptée par l'Assemblée Nationale et le Sénat puis promulguée par le Président de la République <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000041746313/>

→ M. SELHUB Eva et C. LOGAN Alan, « Your brain on nature, the science of nature's influence on your health, happiness, and vitality », Canada, 2012,

https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=CFd_7ujLlwqC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Eva+M.+Selhub+Your+Brain+on+Nature&ots=I854kBfIJS&sig=yxrDT8LkF66QdDNVp9ReONZrLgE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

→ ARBOR Ann, « Going outside – even in the cold – improves memory, attention », 16 Décembre 2008, site internet Michigan News University of Michigan, consulté le 21/07/2022 <https://news.umich.edu/going-outsideeven-in-the-coldimproves-memory-attention/>

Bibliographie

Rapports d'information

→ BOULAY-ESPÉRONNIER Céline, CUKIERMAN Cécile, SAUTAREL Stéphane, « Rapport d'information fait au nom de la délégation sénatoriale à la prospective sur : *8 questions sur l'avenir du télétravail, vers une révolution du travail à distance ?* », Enregistré à la Présidence du Sénat le 22 octobre 2021, n°88, session ordinaire de 2021-2022

<https://www.senat.fr/rap/r21-089/r21-0891.pdf>

→ Observatoire de l'OIT : Le COVID-19 et le monde du travail septième édition. Estimations actualisées et analyses des pertes enregistrées en 2020 en matière d'heures de travail, d'emploi et de revenus du travail. Publié le 25/01/2021 sur le site de l'observatoire

https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_767223.pdf

→ DUC Cindy et SOUQUET Catherine, L'impact de la crise sanitaire sur l'organisation et l'activité des sociétés, étude de l'INSEE, paru le 10 décembre 2020 et consulté le 02/03/2022 <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4994488/>

Rapports d'analyse et enquêtes

→ Entreprise Leger 360, « Rapport d'analyse du sondage sur les mesures de travail flexibles auprès des travailleurs québécois », commandité par nexus innovation, projet n°71528-001, publié le 24 Novembre 2020

<https://leger360.com/wp-content/uploads/2020/11/Rapport-Le%CC%81ger-pour-Flow-Flexibilite%CC%81-chez-les-travailleurs.pdf?x16723>

→ Auteur inconnu, « Baromètre annuel Télétravail et Organisations hybrides » publié le 24 Février 2022, par Malakoff Humanis, consulté le 15/05/2022

<https://newsroom.malakoffhumanis.com/assets/2022-02-24-malakoffhumanis-etude-teletravail-organisations-hybrides-presse-newsroom-ppt-pdf-fd89-63a59.html?lang=fr>

→ Auteur inconnu, « The IWG global workspace survey ; Welcome to Generation Flex – the employee power shift », publié en Mars 2019, consulté le 15/05/2022

<https://work.iwgplc.com/global-workspace-survey-2019>

Bibliographie

→ STRINGER Leigh, « LL BEAN 2018 survey “be an outsider at work” », publié en 2018, consulté le 25/05/2022

https://www.llbean.com/shop/files/180619_HANDBOOK.pdf

→ Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE), « Le télétravail pendant la pandémie de COVID-19 : tendances et perspectives », publié le 21 Septembre 2021, consulté le 10/07/2022

https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=1121_1121020-hp4db68gns&title=Le-teletravail-pendant-la-pandemie-de-COVID-19

→ Malakoff Médéric Humanis, « Télétravail, regards croisés salariés & dirigeants 2ème édition », paru le 19 février 2019 et consulté le 04/05/2022

<https://zevillage.net/wp-content/uploads/2019/02/Etude-Teletravail-Malakoff-Mederic-comptoir-Nelle-entreprise-2019.pdf>

→ Direction de l'Animation de la Recherche, des Études et des Statistiques (DARES), « Activité et conditions d'emploi de la main-d'œuvre pendant la crise sanitaire COVID-19 », vue d'ensemble des résultats de l'enquête flash publiée en juin 2021 et consulté le 14/08/2022

https://dares.travail-emploi.gouv.fr/sites/default/files/3cd19f479e11042e31d5f84d7f3e6115/Dares_Acemo-covid_Synthese_juin%202021.pdf

→ « Le télétravail, un argument à mettre en avant pour attirer les cadres », étude menée par l'APEC, publiée le 12/01/2022 et consultée le 24/06/2022

<https://www.apec.fr/tendances-emploi-cadre/evolution-de-la-societe-evolution-des-competences-cadres/le-teletravail-un-argument-a-mettre-en-avant-pour-attirer-les-cadres.html>

→ Observatoire des Territoires, « Temps de déplacement par personne par jour selon le motif et l'espace de résidence », extrait de la publication « 1h19 : le temps de déplacement quotidien moyen », base unifiée des enquêtes de déplacements, Cerema 2018, étude publiée en 2022 et consultée le 13/07/2022

<https://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/visiotheque/2019-mobilites-temps-de-deplacement-par-personne-par-jour-selon-le-motif-et-lespace-de>

→ Enquête IPSOS pour Transdev, « Enquête sur les mobilités du quotidien dans les régions françaises » menée du 15 au 29 juillet 2019 auprès de 10 148 personnes

Bibliographie

constituant un échantillon national représentatif de la population âgée de 18 ans et plus, publiée le 30 septembre 2019, consultée le 15/04/2022

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-10/ipsos_transdev_mobilites_en_regions.pdf

→ « Malakoff Humanis décrypte l'impact de la crise sur l'organisation du travail et la santé des salariés à travers les résultats de ses études Télétravail (1) et Absentéisme (2) réalisés en mai 2020 » article publié le 25 juin 2020 et publié sur la newsletter de Malakoff Humanis <https://newsroom.malakoffhumanis.com/actualites/malakoff-humanis-decrypte-limpact-de-la-crise-sur-lorganisation-du-travail-et-la-sante-des-salaries-a-travers-les-resultats-de-ses-etudes-teletravail1-et-absenteisme2-realisees-en-mai-2020-40ce-63a59.html>

→ Enquête Tracov, « Télétravail durant la crise sanitaire : Quelles pratiques en janvier 2021 ? Quels impacts sur le travail et la santé ? », DARES analyses n°9, publiée le 10 février 2022 et consultée le 15/08/2022

https://dares.travail-emploi.gouv.fr/sites/default/files/5171e9d0f2d214774c44afc82353563a/Dares-Analyses_Teletravail-durant-crise-sanitaire-Pratiques-Impacts.pdf

Références internet

Working outdoors

→ Auteur inconnu, « The benefits of working outdoors », publié le 05 Octobre 2021 sur le site internet Brightview, et consulté le 04/04/2022

<https://www.brightview.com/resources/article/benefits-working-outdoors#:~:text=Improved%20Memory%20%26%20Creativity,with%20in%20achieving%20them%2C%20too.>

→ EVANS Lisa, « Why should you take your work outdoors », publié le 15 Mai 2014 sur le site l'Entrepreneur, et consulté le 10/04/2022

<https://www.entrepreneur.com/article/233897>

→ KOHLL Alan « 5 data-backed ways working outdoors can improve employee well-being », publié le 25 Juin 2018 sur le site du magazine Forbes et consulté le 10/04/2022

Bibliographie

<https://www.forbes.com/sites/alankohll/2018/06/25/5-data-backed-ways-working-outdoors-can-improve-employee-well-being/?sh=293ffa094eb8>

→ Auteur Inconnu, « Qu'est-ce que le green desking et pourquoi Montréal est la ville parfaite pour ce concept? », publié le 2 Décembre 2021 sur le blog Montréal et consulté le 15/04/2022

<https://blog.mtl.org/fr/greendesking>

→ Airbnb, « Airbnb s'associe à 20 destinations pour encourager le télétravail », 12 Juillet 2022, rubrique news du site internet de l'entreprise, article consulté le 16/07/2022, <https://news.airbnb.com/fr/airbnb-sassocie-a-20-destinations-pour-encourager-le-teletravail/>

Flex Office

→ Auteur inconnu, « Flex Office : comment implémenter ce mode d'organisation dans vos bureaux? », dernière mise à jour le 12 Juillet 2022, publié sur le blog du site internet Kollori office and fun, et consulté le 20/07/2022

<https://blog.kollori.com/flex-office-implementation/>

→ GUILLEMIN Florian, « Etude Regus : l'impact environnemental des bureaux « traditionnels » en question », publié le 31 Mars 2011, sur le site internet Déplacements Pros, et consulté le 20/04/2022

https://www.deplacementspros.com/Etude-Regus-l-impact-environnemental-des-bureaux-traditionnels-en-question_a9187.html

→ DEL POZO Anne, « Le développement de la mobilité change les façons de travailler », publié le 15 avril 2019 sur le site internet L'entreprise digitale, et consulté le 22/04/2022

<https://entreprisedigitale.info/le-developpement-de-la-mobilite-change-les-facons-de-travailler/>

→ JAUNEAU Yves, « En 2021, en moyenne chaque semaine, un salarié sur cinq a télétravaillé », publié le 09 Mars 2021, sur le site de l'INSEE, Rapport chiffré n°263, et consulté le 30/04/2022

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/6209490>

Bibliographie

→ ALFANDARI Elisabeth, « Baromètre annuel du télétravail en 2021 de Malakoff Humanis », publié le 09 Février 2021, sur la newsroom du site Malakoff Humanis, consulté le 03/05/2022

<https://newsroom.malakoffhumanis.com/actualites/barometre-annuel-teletravail-2021-de-malakoff-humanis-db57-63a59.html>

→ Auteur inconnu, « Malakoff Humanis décrypte l'impact de la crise sur l'organisation du travail et la santé des salariés à travers les résultats de ses études Télétravail(1) et Absentéisme(2) réalisées en mai 2020 », publié le 25 Juin 2020, sur la newsroom du site Malakoff Humanis, consulté le 10/05/2022

<https://newsroom.malakoffhumanis.com/actualites/malakoff-humanis-decrypte-l'impact-de-la-crise-sur-l'organisation-du-travail-et-la-sante-des-salaries-a-travers-les-resultats-de-ses-etudes-teletravail1-et-absenteisme2-realisees-en-mai-2020-40ce-63a59.html>

→ DELTENRE Arnaud, « Le travail flexible plébiscité selon IWG », publié le 26 Octobre 2021, sur le site internet Voyages d'Affaires, consulté le 20/05/2022

<https://www.voyages-d-affaires.com/travail-flexible-iwg-20211026.html#:~:text=t%C3%A9l%C3%A9travail-.Le%20travail%20flexible%20pl%C3%A9biscit%C3%A9%20selon%20IWG,ils%20travaillent%20de%20mani%C3%A8re%20flexible.&text=L'%C3%A9tude%20r%C3%A9alis%C3%A9e%20pour%20IWG,en%20train%20de%20se%20p%C3%A9renniser.>

→ BOISVERT Cindy, « Culture organisationnelle : sa définition et ses enjeux », publié le 23 Avril 2014 sur le site internet AtmanCo, consulté le 03/08/2022

<https://atmanco.com/fr/ressources/blog/culture-organisationnelle-quels-enjeux/>

→ Allocution liminaire du Directeur général de l'OMS lors du point presse sur la COVID-19 – 11 Mars 2020, consulté le 11/07/2022, <https://www.who.int/fr/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>

→ Direction de l'information légale et administrative, « Télétravail dans le secteur privé », vérifié le 04 mars 2022 et consulté le 15/07/2022

<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F13851>

ANNEXE

Annexe 1 : « Rapport d'Accompagnement BPI – French Cabine Connectée » rédigé par Zoé BISCHOFF dans le cadre du stage mené au sein de la start-up P.P.R. entre mai et juillet 2022. Ce rapport fait état de l'évolution du projet de French Cabine connectée depuis sa conception à aujourd'hui, des composantes exactes du produit et des perspectives d'évolutions à court et moyen terme. Documents joints avec l'accord du co-fondateur de la start-up Thibaut MERVOYER sous réserve du respect de la confidentialité des informations transmises.